

Editorial Attila Somfalvi, strateg politic si expert in campanii electorale, fost analist politic israelian: Mașinile de influență

By FLUX 24 29 februarie 2024, 07:21

de Attila Somfalvi, strateg politic si expert in campanii electorale, fost analist politic israelian

Când campaniile electorale se încheie, posturile TV tind să-și trimită cei mai creativi reporteri la sediile de campanie și birourile partidelor pentru a colecta declarații și a adăuga „culoare”. Cadrul este de obicei același, iar ecranul este întotdeauna umplut la un moment dat cu un afiș oribil airbrushed al candidatului, murdar, împrăștiat pe podea, înconjurat de pliante risipite. „Campania s-a încheiat”, spune prezentatorul obosit, iar camera se învârtă în stânga și dreapta, în sus și în jos, căutând un ultim semn de viață în universul paralel care găzduia cu un moment în urmă o campanie electorală.

CUT!

Spre deosebire de jurnaliști, care simt o nevoie aproape existențială de a proclama lansarea și încheierea campaniilor electorale și începutul și sfârșitul mandatelor politice, politicienii moderni, care doresc supraviețuirea politică pe termen lung, nu se pot odihni nici măcar un moment, și nicio campanie nu se termină cu adevărat. Niciodată. Însuflețit de bani, ambiție, o foame de putere și o mașinărie bine unsă încărcată cu interese speciale, politicienii înțelepți și isteți nu apasă niciodată pauza asupra campaniei pe care au început-o când au intrat în viața politică. Ei nu opresc niciodată motorul care animă roțile vieții și supraviețuirii lor politice. Chiar dacă pierd, și chiar dacă sunt înfrânți, politicienii care vor să reziste trebuie să adune fragmentele egoului și puterii lor sparte și să continue. Cu planuri, strategii și destinații, și înțelegerea profundă că campania abia începe.

Acest lucru este dublu adevărat pentru candidații victorioși. Ei au o viață și mai grea. Acum trebuie să îndeplinească fiecare așteptare, să surprindă, să supraviețuiască, să satisfacă pe toată lumea, să dezamăgească, să compromită, să se retragă, să piardă, să câștige, să

clara (oricare ar fi ea), probabil ca este imposibil. Apropo, supraviețuirea este o abilitate, la fel cum este eliminarea rivalilor și făcându-i irelevanți. Lucrurile nu se întâmplă de la sine. Ai nevoie de un plan – orice plan – și trebuie să te ții de el.

Conceptul de „campanie” a intrat în politică prin intermediul militar. S-a născut înapoi în ziua când generalii au pornit în lungi campanii de cucerire în Europa. Aceste campanii au durat în general mai multe luni și au inclus marșuri interminabile și bătălii de șoc devastatoare în aproape toate sezoanele. În zilele noastre, legătura dintre campaniile politice și antecedentele lor istorice pare mai strânsă ca niciodată. Într-o eră în care este imposibil să eviți mass-media și extrem de greu să eviți privirea publicului, politicienii trebuie să rămână în mod constant în modul campanie. Este un război perpetuu. Odihna este exclusă. Orice politicieni care nu își planifică cu înțelepciune pașii următori sau care nu știu încotro se îndreaptă și care este destinația lor, este puțin probabil să supraviețuiască politiciii furtunoase a secolului 21. Fiecare zi este o bătălie. Pregătește-te corespunzător.

În ultimii ani, am început să credem că faptul că bătăliile politice au migrat de la piața orașului la rețelele sociale reduce nevoia de a avea toate atributele tradiționale ale campaniilor, cum ar fi consilierii, planurile de lucru structurate, obiectivele definite, disciplina și gândirea strategică pe termen lung. Dar fără un plan de lucru și o cale clară, politicienii se vor lupta să dureze mult în era modernă. Dacă nu știu încotro se îndreaptă, vor deveni rapid răspunsuri la întrebările triviale sau vor intra în sălile neplăcute ale anonimatului. Nimeni nu va ști cine sunt și, pentru a atrage atenția, trebuie să-și vândă sufletele folosind complet trucuri media rapid și provocatoare. La sfârșitul zilei, este puțin probabil ca orice politician a cărui întreață rațiune de a fi este să strige la TV și să detoneze lucruri să ajungă în vârful piramidei; în cele mai multe cazuri, cariera lor va fi peste înainte de a începe. Politicienii care atrag atenția asupra vulgarității lor tind să fie obsesiv dependenți de lumina reflectoarelor publice și mass-media – și să lipsească de obiective definite și rute determinate pentru a ajunge acolo.

Campania continuă, care a fost neîncetată în ultimii ani, a suferit o transformare dramatică: pentru o figură publică, nu mai este suficient să opereze în cadrul vechilor și familiarelor cadre, nici nu este suficient să mențină angajamentul public exclusiv prin intermediul tradiționalelor canale de media sau întâlniri directe cu populația. În zilele noastre, dacă un candidat nu este activ pe rețelele sociale conflictuale și agresive, și dacă nu monitorizează cu diligență atacurile împotriva imaginii și caracterului său, este considerat mort politic. Politicienii de frunte din lume acum operează pe mai multe verticale paralele, implicând gestionarea intensă a activelor lor virtuale legate de numele lor. Cei mai pricepuți dintre ei controlează, direct sau indirect, mașini formidabile de influență, proiectate, pe de o parte, pentru a amplifica mesajele politicienilor și, pe de altă parte, pentru a conduce campanii de denigrare împotriva adversarilor politici.

Mașinile de influență, care acum sunt aproape universal accesibile, constituie o componentă centrală în gestionarea campaniei perpetue a secolului 21. Creșterea meteorică a inteligenței artificiale în viețile noastre este așteptată, conform majorității evaluărilor, să transforme fundamental lumea campaniilor, transformând ceea ce odată numeam o

agresive care nu se abțin de la utilizarea oricarui instrument tehnologic disponibil și orice mediu de diseminare disponibil.

Lupta pentru atenția umană atinge noi vârfuri în aceste timpuri. În timp ce pe câmpul de luptă cinetic termenul de „economie de armament” este folosit pentru a descrie gestionarea inteligentă a puterii de foc, în domeniile conștiinței și cogniției, a fost creată o „economie de atenție”. Aceasta vizează identificarea acelor puncte în conștiința umană care sunt încă disponibile pentru a absorbi mesaje de influență proiectate pentru a modela percepțiile personale, de grup și în masă. Fie că scopul este de a destabiliza oponentul sau de a provoca divizare și polarizare, câmpul cognitiv este câmpul de luptă cardinal pentru actorii politici care caută să rămână relevanți și să continue să influențeze mediul lor.